

**ANALISIS *USABILITY* DESAIN IKON
DALAM *USER INTERFACE* APLIKASI MUSIK *STREAMING* SPOTIFY
TERHADAP MAHASISWA DI YOGYAKARTA**



**Vinsensiana Aprillia Nanda Jeharu
1310064124**

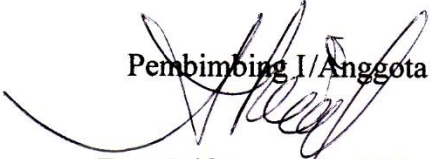
**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017**

Tugas Akhir Karya Tulis berjudul:


**ANALISIS *USABILITY* DESAIN IKON DALAM *USER INTERFACE*
APLIKASI MUSIK *STREAMING* SPOTIFY TERHADAP MAHASISWA
DI YOGYAKARTA,**

Diajukan oleh Vinsensiana Aprillia Nanda Jeharu, NIM 1310064124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 14 Juli 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota


Drs. Arif Agung S., M.Sn.
NIP. 19671116 199303 1 001

Pembimbing II/Anggota


Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.
NIP. 19821113 201404 1 001

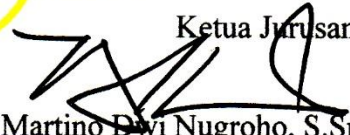
Cognate/ Anggota


Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19801125 200812 1 003

Ketua Program Studi DKV


Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 200812,1 001

Ketua Jurusan Desain


Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.
NIP. 19770315 200212 1 005

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 1959082 198803 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan
judul:

ANALISIS *USABILITY* DESAIN IKON DALAM *USER INTERFACE* APLIKASI MUSIK *STREAMING* SPOTIFY TERHADAP MAHASISWA DI YOGYAKARTA

Yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan, kecuali pada bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 19 Juni 2017

Vinsensiana Aprillia Nanda Jeharu

NIM. 1310064124

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Bapa dan Yesus Kristus, atas penyertaan dan anugerah-Nya yang diberikan. Sehingga pengkajian Tugas Akhir ini yang berjudul “Analisis *Usability* Desain Ikon Dalam *User Interface* Aplikasi Musik *Streaming* Spotify Terhadap Mahasiswa Di Yogyakarta” dapat selesai dalam waktu yang ditargetkan. Penulisan Skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan meraih gelar Sarjana Seni, pada program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari keterbatasan akan pengetahuan dan kemampuan dalam menyelesaikan Skripsi ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Bapa dan Yesus Kristus atas penyertaan, kasih dan anugerah-Nya.
2. Bapak Drs. Arif Agung Suwasono, M.Sn. selaku dosen pembimbing I yang banyak memberikan bantuan dan masukan selama masa pembimbingan.
3. Bapak Andika Indrayana, S.Sn, M. Ds. selaku dosen pembimbing II yang juga memberikan banyak masukan.
4. Bapak Edi Djatmiko, S. Sn, M. Sn, selaku dosen wali.
5. Bapak Drs. Asnar Zacky, M.Sn. yang telah memberikan sebuah kunci kesuksesan untuk kehidupan saya.
6. Bapak Drs. Surya Baskoro Banindro, M. Sn, yang telah memberikan banyak petunjuk dan arahan selama berkuliah di ISI Yogyakarta.
7. Bapak FX. Widyatmoko yang dengan senang hati memberikan pinjaman buku.
8. Seluruh dosen di program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Seluruh staf karyawan di Fakultas seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
10. Almarhum Papa tercinta yang selalu menemani walau telah berbeda dimensi, yang tidak sempat merayakan keberhasilan anaknya. Terima kasih untuk kasih sayang yang telah diberikan.

11. Mama tercinta, kak Olan, dek Bram, dan dek Sela, yang selalu memberikan dukungan setiap hari.
12. Mas Amirul yang selalu memberikan support dan mencari buku terima kasih banyak.
13. Sahabat yang selalu ada Chatarina Hayu, Khansa, kak Lisa, Cecil, Michael Giang, kak Yeyen & mas Cahya terima kasih untuk dukungannya.
14. Bu Lucy dan Om Fery untuk dukungannya dari awal tes ISI sampai saat ini. Terima kasih untuk segala bantuannya.
15. Chalkboard Asia (Kote, mas Indra, mas Gepeng, mbak Ajeng, mas Bram) yang telah memberikan pengalaman tentang user interface dan user experience saat kerja profesi.
16. Kepada semua pihak yang tak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih banyak semuanya.

Yogyakarta, 19 Juni 2017

Vinsensiana Aprillia Nanda Jeharu

ABSTRAK

Nama : Vinsensiana Aprillia Nanda Jeharu
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul : Analisis *Usability* Desain Ikon Dalam *User Interface*
Aplikasi Musik *Streaming* Spotify Terhadap Mahasiswa Di
Yogyakarta

Dalam dunia digital, istilah ikon dipakai untuk menunjukkan sebuah gambar kecil di layar komputer. Ikon ini ada yang berupa pendekatan similaritas (piktogram), konsep (ideogram), maupun arbitreri (simbol). Ikon berfungsi untuk meringkas informasi akibat terbatasnya ukuran ruang layar dengan mengkomunikasikan kode-kode visual secara satu arah. Sebagai suatu kode visual, ikon bisa saja menimbulkan interpretasi yang berbeda-beda dari pengguna. Dengan itulah ikon perlu memperhatikan bentuk visual yang digunakan. Apabila sebuah ikon di desain dengan memperhatikan kemudahan pengguna dalam mengenali bentuknya dan mampu menginterpretasikan maknanya, maka ikon tersebut berhasil memiliki integritas yang baik antara penanda dan petanda.

Setiap media-media digital yang dioperasikan oleh pengguna harus memiliki *usability* yang baik. *Usability* berasal dari kata *usable* yang secara umum berarti dapat digunakan dengan baik. *Usability* ikon memiliki tiga parameter, yakni kemudahan pengenalan bentuk oleh pengguna (*recognition*), efisiensi kegunaan (*the efficiency of use*), dan kepuasan pengguna (*subjective satisfaction*). Masing-masing parameter dipengaruhi oleh persepsi visual, sedangkan persepsi visual di pengaruhi oleh kognisi dan literasi visual pengguna.

Adapun metode kualitatif digunakan untuk menganalisis data-data kuantitatif dari hasil kuesioner melalui sudut pandang persepsi dan ikonisitas. Tulisan ini membahas analisis terhadap *usability* ikon dalam *user interface* Spotify melalui teori ikon dan persepsi.

Kata Kunci : *Usability*, Desain Ikon, Persepsi Visual.

ABSTRACT

Name : Vinsensiana Aprillia Nanda Jeharu
Study Program : Visual Communication Design
Title : The Analysis of Usability of Icon Design in User Interface of Streaming Music Application Spotify for College Students in Yogyakarta.

In digital world, the term icon is used to show a small image on a computer screen. These icon can be in the form of either similarity approach (pictogram), concept (ideogram), or arbitrary (symbol). Icons summarize information due to the limitation of screen size by communicating visual codes in one direction. As a visual code, an icon may cause different interpretation of the user. That is why in using an icon, we need to pay attention to the visual form we use. If the design of an icon is easily recognized and interpreted by the user, it means it has good integrity between the signifier and the signified.

Every digital media which is operated by the user must have good usability. Usability is originally from the word “usable” which generally means can be used properly. Usability icon has three parameters, namely, the ease of recognizing the form (recognition), the efficiency of use, and user satisfaction (subjective satisfaction). Each parameter is influenced by visual perception, whereas visual perception is influenced by the cognition and the visual literacy of the user.

Using qualitative method, the reseacher analysed the quantitative data from questionnaires from the perspective of perception and iconicity. This paper discusses the analysis of the usability of icons in the user interface Spotify using icon theory and visual perception.

Keywords: Usability, Icon Design, Visual Perception.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Metode Penelitian	5
G. Definisi Operasional.....	5
H. Sistematika Penelitian	6
I. Alur Pemikiran	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori	9
1. Indra Pengelihatan.....	9
a. Anatomi	9
b. Sensasi	10
c. Pengolahan informasi visual	11
2. Persepsi.....	12
a. Definisi Persepsi.....	12
b. Persepsi Visual	12
c. Perspektif komunikasi	13
d. Interpretasi.....	14
e. Teori-Teori Gestalt	14
3. Kognisi Visual.....	17
4. Memori Rekognisi	18
5. Literasi Visual	18
6. Ikon.....	19
a. Definisi Ikon.....	19
b. Tipe Ikon	20
c. Klasifikasi Ikon	25
d. Sifat Ikon	28
7. Gaya desain dan Warna.....	28
8. <i>Usability</i>	29
a. Definisi <i>Usability</i>	29
b. Tujuan <i>Usability</i>	30

c. Pengukuran <i>Usability</i> Ikon.....	31
9. <i>User interface</i> dan <i>User Experience</i>	33
10. Pengguna Sebagai Generasi Millenial.....	35
11. Sistem Nilai Budaya.....	38
B. Simpulan Teori.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Subjek dan Objek Penelitian	42
C. Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian	43
D. Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Instrumen Penelitian	51
G. Teknik Analisis Data	53
BAB IV HASIL LAPORAN DAN PEMBAHASAN	
A. Spotify	57
B. Analisis.....	60
1. Karakteristik Ikon Spotify	60
2. <i>Usability</i> Ikon Spotify	106
C. Hasil Kuesioner.....	129
D. Hasil Wawancara.....	134
E. Kesimpulan Analisis	140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan Analisis	147
B. Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 (Potongan Melintang Anatomi Mata)	9
Gambar 2.2 (Hukum Kedekatan)	14
Gambar 2.3 (Hukum Ketertutupan)	14
Gambar 2.4 (Hukum Kesamaan)	16
Gambar 2.5 (Hukum Kesenambungan)	16
Gambar 2.6 (Hukum Latar Belakang)	17
Gambar 2.7 (Favicon pada <i>web</i> Chrome)	20
Gambar 2.8 (logo Apple sebagai ideogram)	22
Gambar 2.9 (<i>Symbols from the Olympic Games</i>)	22
Gambar 2.10 (<i>Arbitrary Icon</i>)	23
Gambar 2.11 (<i>Windows icons</i>)	24
Gambar 2.12 (Universal Icon)	25
Gambar 2.13 (<i>Icon with conflictng meaning</i>)	26
Gambar 2.14 (<i>Uniqe Icon</i>)	27
Gambar 2.15 (Desain <i>User Interface</i> Hoppie)	33
Gambar 3.1 (<i>Universal Icon</i> Spotify)	44
Gambar 3.2 (<i>Icon With Konflicting Meaning</i> Spotify)	45
Gambar 3.3 (<i>Icon With Connflicting Meaning</i> Spotify)	46
Gambar 3.4 (<i>Icon With Connflicting Meaning</i> Spotify)	47
Gambar 3.5 (<i>Uniqe Icon</i> Spotify)	47
Gambar 4.1 (Tipe representasi ikon di adaptasi dari Nadin)	60
Gambar 4.2 (Ikon Keterangan dalam Spotify)	110
Gambar 4.3 (<i>Uniqe Ikon</i> Spotify)	112
Gambar 4.4 (Ikon Tidak Ada Jaringan)	124
Gambar 4.5 (Tombol <i>On/Off</i>)	125
Gambar 4.6 (Menu <i>Bar</i> Spotify)	126

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

User interface merupakan wajah dari suatu aplikasi sebagai medium untuk pengguna berinteraksi dengan aplikasi yang kemudian mempengaruhi pengalaman pengguna atau disebut *user experience*. Dalam bukunya Dominik Pacholczyk (2014:9) menerangkan bahwa:

“The web user experience (UX) is the abstract feeling people get from using a website. The user interface (UI) is what people interact with as part of that experience”.

Dapat disimpulkan bahwa *User interface* tidak dapat lepas dari *user experience* karena saling berkesinambungan, layaknya sebab dan akibat. *User interface* sebagai sebab dan *user experience* sebagai akibat. *User interface* bagian dari *user experience*.

Setiap aplikasi dibangun berdasarkan *platform* seperti Android, Ios, Blackberry, dekstop, web, Linux dan sebagainya. Dari masing-masing *platform*, pada umumnya ui dan ux dibuat berbeda. Mengikuti apa yang disebut *guideline* dan tentu saja *guideline* setiap *platform* memiliki ciri. Namun, perbedaan yang terjadi bukanlah sesuatu yang sangat lain, hanya pada bagian-bagian khusus misalnya penggunaan beberapa ikon, layout, *sistem grid*, peletakan objek dan penampilan informasi namun tetap konsisten antar *platform*-nya. Dari adanya perbedaan itu, pengguna dari masing-masing *platform* sudah membentuk kebiasaan di alam bawah sadarnya. Sehingga mereka sudah familiar dengan *user interface* dari *platform* yang mereka gunakan.

Sama halnya dengan Spotify yang merupakan perusahaan aplikasi musik *streaming* asal Swedia dibentuk tahun 2006 dan diluncurkan pertama kali di Eropa pada bulan Oktober tahun 2008. Perusahaan ini didirikan oleh Daniel Ek, mengudara di Indonesia pada bulan Maret 2016. Ini merupakan langkah positif awal dalam mengurangi pembajakan lagu. Aplikasi ini memberikan fasilitas yang sangat banyak di dalamnya dan terbagi kedalam

banyak *platform*. Karena didengarkan secara *streaming* atau *online*, maka sebagian besar dari fasilitas di dalamnya hanya dapat digunakan apabila sudah terhubung dengan jaringan internet.

Spotify memiliki beberapa hal yang membuatnya berbeda dengan aplikasi lainnya. Bukan hanya dari segi pemasaran tetapi juga cara aplikasi tersebut berinteraksi dengan penggunanya dan caranya menampilkan pola informasi secara visual. Aplikasi ini menyajikan banyak informasi dan fasilitas (*features*) untuk meringkas itu semua, digunakan aspek-aspek visual seperti ikon, image album, serta gambar-gambar visual lainnya karena visual berbicara lebih cepat dibanding tulisan. Aspek-aspek visual tersebut kemudian memberikan pengaruh terhadap *user experience* pengguna di dalam aplikasi.

Dalam berkomunikasi visual, Spotify memiliki sistem bahasa desain tersendiri yang disebut GLUE : *a Global Language for a Unified Experience*. Sistem baru ini kemudian merubah hampir dari seluruh komponen visual di dalamnya. Dalam sistem GLUE ini, Spotify hadir dengan nuansa yang berbeda dengan warna yang simpel. Ikon-ikon pun diperbaharui, ada sekitar 600 *crafted icon* yang dibuat secara individu oleh desainer bersifat ‘agak lain’ dari aplikasi sejenis. Singkatnya, semua aspek visual dan *experience* dari Spotify pada *platform-platform*-nya berubah. Dengan itu munculah GLUE untuk semakin memperkuat konsistensi desain mereka.

GLUE merupakan angin segar bagi Spotify, karena memberinya *positioning* di antara aplikasi lain sejenis. Ditambah dengan hadirnya Spotify di banyak *platform* yang sangat jarang dimiliki aplikasi sejenis. Ialah Android, iOS, Blackberry, Dekstop, Web, Playstation 3 dan 4, OS X, Linux, dan juga Windows Phone. Masing-masing *platform* diintegrasikan dengan ikon-ikon dan aspek visual lainnya. Pada umumnya bahasa visual yang digunakan baiknya bersifat mudah diterima secara lintas budaya, karena setiap negara memiliki budaya yang berbeda, termasuk tingkat pengetahuan pengguna, interpretasi, dan kekayaan visual yang dimiliki. Demikian halnya dengan Indonesia khususnya Yogyakarta, pengguna di Yogyakarta akan memiliki standar pengetahuan visual dan interpretasi yang berbeda dengan wilayah atau negara lainnya.

Sebagai Aplikasi Musik *Streaming* yang menyediakan banyak *features* di dalamnya, terbatasnya ukuran layar *mobile*, menjadi satu alasan penggunaan Ikon sebagai peringkas informasi yang bersifat penting dalam sebuah *interface*. Spotify meringkas berbagai informasi tombol dalam bentuk Ikon. Sehingga ketika menjelajah di dalamnya kita akan menemukan cukup banyak ikon.

Berbicara mengenai ikon, sebagai unsur *interface* yang esensial ikon merupakan metafora dari sesuatu dan berfungsi sebagai interpreter, yakni penanda dengan suatu maksud. Ikon berfungsi untuk komunikasi satu arah. Ikon bisa berupa piktogram, ideogram, dan indeks yang bekerja untuk ruang layar. “....*these icons help us find our way and make actions and functions clearer*”. (Hicks, 2011: 117). Ikon membantu kita menemukan jalan kita, membuat tindakan dan fungsinya lebih jelas. Ikon juga digunakan untuk berkomunikasi visual secara universal (lintas budaya) sehingga beberapa ikon juga merupakan suatu produk kultural.

Ikon baiknya merepresentasikan objek visual yang mudah dipahami secara universal. Namun dalam komunikasi secara visual ikon memiliki keterbatasan untuk menyimbolkan secara konkrit suatu objek yang berupa konsep, objek yang sulit digambarkan secara visual misalnya: logo perusahaan, suhu panas, efek cahaya, efek suara, efek pukulan, dan semua yang terlepas dari identifikasi resmi. Untuk merepresentasikan hal tersebut, digunakanlah ideogram. Menurut Abdullah & hubner, Ideogram bersifat abstrak karena pada umumnya ideogram digunakan untuk menyimbolkan aspek-aspek yang tidak bisa digambarkan secara tepat secara visual. Ideogram bekerja untuk merepresantasikan ide atau konsep tertentu. Adapula yang ikon yang merupakan penggabungan antara piktogram dan ideogram, seperti misalnya dilarang merokok, tingkatkan volume, efek radar radio dan lain sebagainya. Baik ikon yang berupa piktogram maupun ideogram, dapat ditemukan dalam aplikasi ini.

Spotify sebagai aplikasi musik yang memuat banyak ikon didalamnya membuatnya terlihat estetik dan menarik, namun apakah semua ikon yang digunakan sudah bekerja secara efesien untuk lingkup pengguna di Indonesia khususnya Yogyakarta. Inilah yang akan menjadi alasan dasar penelitian

terhadap ikon dalam aplikasi ini. Diharapkan dengan adanya penelitian terhadap ikon dunia modern ini, dapat memberikan wawasan baru bagi para desainer dan masyarakat, bagaimana sebuah ikon berkembang sesuai dengan pola pikir dan tingkat kemampuan interpretasi pengguna.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi visual pengguna Spotify di Yogyakarta terhadap desain ikon dalam *user interface* Spotify sebagai aplikasi berbasis audio?
2. Bagaimana *Usability* Ikon dalam Aplikasi Musik Streaming Spotify?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya mengenai pemahaman :

1. Perkembangan desain ikon
2. Persepsi visual pengguna
3. *Usability* ikon

Analisis akan dilakukan pada Aplikasi Spotify dalam *platform* Android *Mobile*.

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui persepsi visual pengguna di Yogyakarta terhadap bahasa visual ikon dalam suatu aplikasi di era media digital.
2. Mengetahui kebergunaan desain ikon yang ada dalam *user interface* aplikasi musik streaming Spotify.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Penelitian persepsi pengguna terhadap perkembangan ikon aplikasi *smartphone* ini diharapkan bisa menjadi salah satu referensi alternatif yang dapat digunakan untuk menjadi landasan pengembangan desain ikon selanjutnya. Diharapkan juga Pengkajian ini dapat memberikan referensi mengenai perkembangan persepsi visual pengguna sebagai bahan pertimbangan perancangan bahasa visual ikon selanjutnya.

2. Bagi Institusi Desain Komunikasi Visual

Menjadi salah satu referensi desain ikon media digital (aplikasi dan web) untuk kebutuhan komersil yang tujuannya mencapai penjualan (baik jasa, produk, dll).

3. Bagi Masyarakat

Pengkajian ini dapat membantu masyarakat dengan mudah mengetahui berbagai macam fitur yang disediakan oleh aplikasi melalui ikon yang disesuaikan dengan kebutuhan khusus dan bahasa visual universal lintas budaya yang semakin berkembang di era media digital ini. Juga memberi pengetahuan tentang kebergunaan ikon sebagai bahasa visual aplikasi beserta spesifikasi yang mungkin tidak bisa dijelaskan oleh *developer* aplikasi.

F. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah metode kualitatif dengan mengolah data yang diperoleh secara kuantitatif. Perolehan data menggunakan kuesioner yang berisi atribut-atribut pengukuran *usability* ikon dan wawancara pada para ahli di bidang ikon dan persepsi. Penelitian ini menggunakan metode analisis Strategi Triangulasi Konkruen milik Creswell. Metode ini dilakukan dalam dua tahap, pertama metode kuantitatif dengan mengumpulkan data *usability* ikon berupa angka dan tahap kedua adalah metode kualitatif.

Setelah semua data diperoleh, maka akan dianalisis menggunakan teori persepsi visual dan ikon guna mengetahui bagaimana *usability* ikon Spotify terhadap pengguna Spotify di Yogyakarta.

G. Definisi operasional

Dalam bagian definisi operasional ini, akan dijelaskan istilah dalam penelitian ini guna menghindari kesalahan maksud yang berbeda-beda.

1. Kajian Persepsi

Kajian persepsi ialah yang menyangkut penelitian mengenai persepsi seseorang atau kelompok terhadap sesuatu (stimulus). Kajian persepsi dalam penelitian ini adalah persepsi pengguna terhadap desain ikon dalam

user interface Spotify yang kemudian memberikan pengaruh terhadap *usability* dari ikon tersebut. Dengan adanya persepsi yang berbeda dari setiap pengguna, daya *recognitif* serta interpretasi ikon menjadi beragam dipengaruhi oleh atensi, kemampuan kognisi visual, literasi visual, kultur dan pengalaman terdahulu.

2. *Usability* Ikon

Ikon adalah salah satu bahasa visual, digunakan untuk mempersingkat informasi dalam ruang layar yang terbatas dan bersifat universal atau lintas budaya. Dalam penerapannya, *usability* ikon merupakan sesuatu yang perlu diperhatikan, apakah ikon sudah bekerja dengan baik atau belum saat berkomunikasi satu arah dengan pengguna. Dengan mengetahui *usability* ikon, dapat menjadi sebuah ukuran mengenai sukses tidaknya ikon tersebut.

H. Sistematika Penulisan

Bab 1. Pendahuluan

Bab ini berisi ringkasan singkat mengenai keseluruhan isi skripsi. Pada Bab ini juga dijelaskan latar belakang peneliti melakukan penelitian terhadap objek dan subjek penelitian. Selain itu, dalam bab ini juga dijelaskan mengenai manfaat dan tujuan dari penelitian serta bagaimana cara penelitian ini akan dikaji.

Bab 2. Landasan Teori

Bab ini berisi penjabaran-penjabaran teori yang akan peneliti gunakan untuk membahas hasil data kuantitatif dalam penelitian ini. Teori-teori yang dijabarkan meliputi Teori persepsi, teori literasi visual, teori *visual cognitif*, teori ikon, teori *usability*, dan teori generasi millennial.

Bab 3. Metode Penelitian

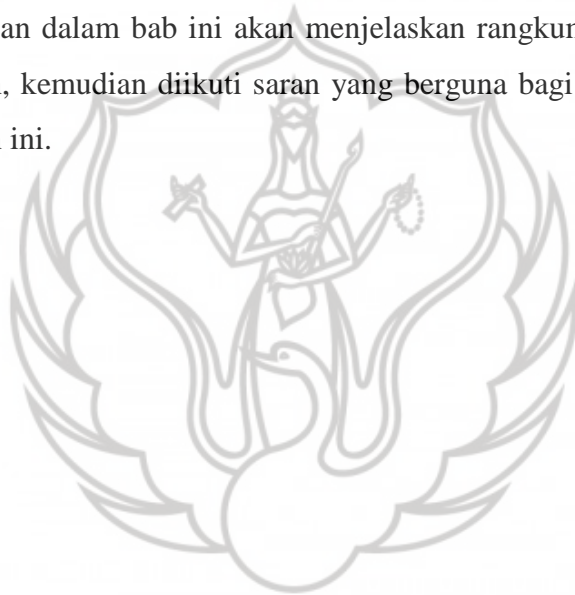
Pada bab ini, akan dibahas metode yang digunakan peneliti guna menganalisis permasalahan yang ada. Metode Penelitian terdiri dari jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, sumber data, instrumen penelitian, serta metode analisis.

Bab 4. Pembahasan

Dalam bab 4, penelitian ini akan menjabarkan laporan hasil penelitian yang telah dilakukan. Dalam laporan hasil penelitian, peneliti akan menjabarkan deskripsi hasil penelitian. Dalam deskripsi ini, akan dijabarkan berbagai macam ikon dalam Spotify dan rangkuman hasil survei persepsi visual pengguna Spotify terhadap *usability* ikon. Kemudian dalam hasil penelitian data- data yang telah didapat tersebut akan dianalisis menggunakan teori persepsi visual juga ikon lalu diinterpretasikan dan akan ditarik kesimpulan analisis.

Bab 5. Kesimpulan dan Saran

Pada bab V merupakan bagian penutup dari penulisan laporan penelitian, akan terdiri dari kesimpulan serta saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dalam bab ini akan menjelaskan rangkuman keseluruhan hasil penelitian, kemudian diikuti saran yang berguna bagi penulis dan pembaca penelitian ini.



I. Alur Pemikiran

